

Revue de presse

Sortie du livre

"Gagner en impact. Les clés du charisme, du leadership et de l'influence"



Sommaire

Capital.fr - 07 Novembre 2011.....	3
Capital.fr - 23 Juin 2011	5
Management - Juin 2011	7
Management - Juin 2011 Suite	8
Dirigeants Chrétiens - Mars/Avril 2011.....	9
Courrier Cadres - Mars 2011.....	10
Journal du net - Février 2011	11
Journal du net - Février 2011	12
Journal du net - Février 2011	13
Journal du net - Février 2011	14
Journal du net - Février 2011	15
Journal du net - Février 2011	16
Journal du net - Février 2011	17
Journal du net - Février 2011	18
Journal du net - Février 2011	19
ecommercemag.fr - Janvier 2011	20
Grandes Ecoles Magazine - Janvier 2011	21
Revue HEC - Décembre 2010/ Janvier 2011	22
Tout pour les femmes.com - Décembre 2010	23
La revue de l'avocat conseils d'entreprises N°113 - Octobre 2010	24
Talents de femmes - 2010.....	25
Talents de femmes - Suite - 2010	26

Contact : Sonia Guillard - sguillard@alomey.com - 01.42.96.15.41

Capital.fr - 07 Novembre 2011

Capital.fr avec

Traquez ces détails qui sapent votre autorité

Source : Management

07/11/2011 à 11:28 / Mis à jour le 07/11/2011 à 12:00



© REA

En matière de leadership, la moindre dissonance entre votre image et votre statut peut ruiner votre crédibilité. Voici comment les mettre au diapason.

Chemise froissée, veste mal taillée, mèche de cheveux rebelle... Difficile de croire qu'un individu ainsi attifé fût le directeur marketing d'une grande banque ! C'était pourtant le cas : inconscient sans doute de son allure, ce manager véhiculait une image totalement inadaptée à son statut de numéro 3 de l'entreprise. Et s'étonnait que ses avis ne soient quasiment jamais écoutés...

Sans que nous y prêtions nous-mêmes attention, de nombreux détails dans notre apparence peuvent constituer aux yeux de nos interlocuteurs des signaux flagrants, susceptibles de saper notre autorité, quel que soit notre niveau de compétence. Le look n'est pas seul en cause: la posture, la façon de se déplacer, de s'exprimer, de se présenter aux autres sont tout aussi cruciaux. Pour ne plus être trahi par notre image, apprenons à mettre nos gestes et attitudes en conformité avec notre statut hiérarchique.

De la racine des cheveux aux chaussures, soignez votre allure

L'autorité s'affirmant en grande partie par l'apparence, commencez par adopter le dress code de l'entreprise. Faites preuve d'une rigueur totale, en fignant tous les détails, du nœud de cravate au cirage des chaussures. Surveillez aussi votre coiffure, car elle en dit long sur votre personnalité. Des racines visibles ou des pellicules sur une veste révèlent ainsi un manque de respect pour soi et une mauvaise gestion du temps. Ce conseil vaut aussi pour les femmes, qui croient parfois que le port des cheveux longs suffit à dissimuler le manque de structure d'une coupe. «Connues pour être des femmes d'autorité, Hillary Clinton et Christine Lagarde ont un point commun : une coiffure impeccable en toute circonstance, observe Eléna Fourès. Comment prétendre maîtriser une équipe si l'on n'est pas capable de discipliner sa propre chevelure ?»

Adoptez une gestuelle en phase avec votre statut

«La posture joue un rôle tout aussi décisif, ajoute Eléna Fourès. Je me souviens de ma première rencontre avec la directrice de la stratégie d'un groupe industriel : elle est apparue devant moi voûtée et visiblement embarrassée, une tasse de café dans la main droite et une pile de dossiers sous le bras gauche. Elle ressemblait à une assistante surmenée.» Or on sait désormais que l'essentiel de nos messages n'est pas émis par le discours mais par la gestuelle. Dos courbé, regard fuyant, démarche mal assurée ou ongles rongés suggèrent d'emblée un manque de confiance en soi.

Pour incarner l'autorité, il faut donc mettre en cohérence son discours et son attitude. «Traquez les décalages entre ce que vous faites et ce que vous dégagez», résume Sandrine Meyfret, directrice associée du cabinet Alomey Conseil. Si vous ne savez pas quoi faire de vos mains, gardez-les jointes devant vous ou croisez les bras quand vous êtes debout. Posez les pieds bien à plat sur le sol et veillez à regarder vos interlocuteurs en face. Vous gagnerez immédiatement en crédibilité.

DOSSIER : L'art d'inspirer confiance à vos collègues, vos clients, vos équipes

Soyez convaincu de votre légitimité

Source : Management

23/06/2011 à 18:06 / Mis à jour le 23/06/2011 à 19:08



© REA

Pour que les autres vous fassent confiance, il faut d'abord avoir confiance en vous. Une assurance à trouver en s'appuyant sur des éléments concrets.

Ava Gardner s'estimait piètre comédienne et Marilyn Monroe ne se trouvait pas belle. Ces deux stars mondialement courtisées n'ont cessé de chercher dans le regard des autres la confirmation de leur valeur. Mais pour le commun des mortels, un tel manque d'assurance peut saper la crédibilité. Une mauvaise estime de soi conduit même parfois au «syndrome de l'imposteur» : un sentiment d'avoir usurpé sa place assorti de la peur d'être démasqué, qui peut surgir lors d'une promotion, par exemple.

Yves, responsable du personnel d'une grande banque pendant vingt ans, a ainsi été déstabilisé par sa nomination comme DRH : «Tout à coup, il m'a fallu parler d'égal à égal avec les membres du comité de direction. J'ai dû me faire aider par un coach pour me convaincre que j'étais à la hauteur.» Pourtant, inutile d'être un modèle de confiance en soi pour inspirer confiance aux autres : il suffit d'être convaincu de la validité du projet que l'on porte.

Vous doutez ? Appuyez-vous sur votre fonction

Tout ce que Louis de Funès s'interdisait dans la vie privée – exubérances, cabrioles, grimaces –, il s'y adonnait face à la caméra. Au naturel, l'homme était plutôt sérieux, souvent pudique, parfois même ennuyeux. Saisissant contraste ! Sans aller jusque-là, opérez, vous aussi, une distinction entre votre identité privée et votre personnage professionnel : même si vous êtes peu sûr de vous, rien ne vous empêche, lorsque vous portez votre casquette professionnelle, d'agir avec détermination.

«Dans chaque situation, demandez-vous qui parle : la personne ou la fonction ?» suggère Eléna Fourès, fondatrice du cabinet Idem per Idem. Porter un costume-cravate ou un tailleur suffit parfois pour incarner cette fonction. Comme la robe

de l'avocat ou la blouse du chirurgien, le costume confère des responsabilités qui dépassent la personne. «Oubliez votre ego au profit de votre mission dans l'entreprise», recommande Sandrine Meyfret, cofondatrice du cabinet Alomey et auteure de «Gagner en impact» (Eyrolles).

Soignez votre préparation pour vous sentir à l'aise

La confiance en soi s'acquiert aussi avec le temps et la réflexion. Difficile de se sentir légitime pour créer une société, par exemple, si l'on n'a pas déjà laissé mûrir l'idée. Avant de s'estimer capable de lancer Agora Clubs, une structure qui bâtit des clubs d'affaires clés en main pour des tiers, Sébastien Guénard a longuement échangé avec un ami DRH rencontré au sein d'un réseau d'amateurs de vin. «Pendant des mois, nous avons discuté des diverses manières de lancer un club, des écueils à éviter, de nos compétences complémentaires. Sans nous en rendre compte, nous affinions notre projet. C'est finalement devenu une évidence.»

Un solide travail de préparation est tout aussi nécessaire avant un entretien de recrutement. Certes, se faire chasser renforce le sentiment de légitimité, mais cela ne saurait suffire. Selon le consultant en recrutement Damien Crequer, associé chez Taste, seuls trois candidats sur dix en moyenne retiennent vraiment l'attention : «Très souvent, ce sont ceux qui ont su raconter une histoire. Et, contrairement aux apparences, cela demande beaucoup de préparation.» Ses conseils : avoir bien mis au clair son parcours professionnel, en avoir dégagé les lignes de force et assumé les incohérences, de façon à se sentir vraiment à l'aise pour en parler avec conviction le moment venu

Dossier L'art d'inspirer confiance

Soyez convaincu de votre légitimité

Pour que les autres vous fassent confiance, il faut d'abord avoir confiance en vous. Une assurance à trouver en s'appuyant sur des éléments concrets.

Ava Gardner s'estimait piètre comédienne et Marilyn Monroe ne se trouvait pas belle. Ces deux stars mondialement courtisées n'ont cessé de chercher dans le regard des autres la confirmation de leur valeur. Mais pour le commun des mortels, un tel manque d'assurance peut saper la crédibilité. Une mauvaise estime de soi conduit même parfois au « syndrome de l'imposteur » : un sentiment d'avoir usurpé sa place assorti de la peur d'être démasqué, qui peut surgir lors d'une promotion, par exemple. Yves, responsable du personnel d'une grande banque pendant vingt ans, a ainsi été déstabilisé par sa nomination comme DRH : « Tout à coup, il m'a fallu parler d'égal à égal avec les membres du comité de direction. J'ai dû me faire aider par un coach pour me convaincre que j'étais à la hauteur. » Pourtant, inutile d'être un modèle de confiance en soi pour inspirer confiance aux autres : il suffit d'être convaincu de la validité du projet que l'on porte.

Vous doutez ? Appuyez-vous sur votre fonction

Tout ce que Louis de Funès s'imaginait dans la vie privée - exubérances, cabrioles, grimaces -, il s'y adonnait face à la caméra. Au naturel, l'homme était plutôt sérieux, souvent pudique, parfois

même ennuyeux. Saisissant ce contraste ! Sans aller jusque-là, opérez, vous aussi, une distinction entre votre identité privée et votre personnage professionnel : même si vous êtes peu sûr de vous, rien ne vous empêche, lorsque vous portez votre casquette professionnelle, d'agir avec détermination. « Dans chaque situation, demandez-vous qui parle : la personne ou la fonction ? » suggère Eléna Fourès, fondatrice du cabinet Idem per Idem. Porter un costume-cravate ou un tailleur suffit parfois pour incarner cette fonction. Comme la robe de l'avocat ou la blouse du chirurgien, le costume confère des responsabilités qui dépassent la personne. « Oubliez votre ego au profit de votre mission dans l'entreprise », recommande Sandrine Meyfret, cofondatrice du cabinet Alomey et auteure de « Gagner en impact » (Eyrolles).

Soignez votre préparation pour vous sentir à l'aise

La confiance en soi s'acquiert aussi avec le temps et la réflexion. Difficile de se sentir légitime pour créer une société, par exemple, si l'on n'a pas déjà laissé mûrir l'idée. Avant de s'estimer capable de lancer Agora Clubs, une structure qui bâtit des clubs d'affaires clés en main pour des tiers, Sébastien Guénard a longuement échangé avec un ami DRH rencontré au sein d'un réseau d'amateurs de vin.

« Pendant des mois, nous avons discuté des diverses manières de lancer un club, des écueils à éviter, de nos compétences complémentaires. Sans nous en rendre compte, nous affinions notre projet. C'est finalement devenu une évidence. »

Un solide travail de préparation est tout aussi nécessaire avant un entretien de recrutement. Certes, se faire chasser renforce le sentiment de légitimité, mais cela ne saurait suffire. Selon le consultant en recrutement Damien Crequet, associé chez Taste, seuls trois candidats sur dix en moyenne retiennent vraiment l'attention : « Très souvent, ce sont ceux qui ont su raconter une histoire. Et, contrairement aux apparences, cela demande beaucoup de préparation. » Ses conseils : avoir bien mis au clair son parcours professionnel, en avoir dégagé les lignes de force et assumé les incohérences, de façon à se sentir vraiment à l'aise pour en parler avec conviction le moment venu.

De même, préparez avec soin votre demande d'augmentation. Dans ce domaine, il est crucial d'être convaincu de la légitimité de sa démarche, tant la question de l'argent reste, en France, un tabou. Par ailleurs, en l'absence d'arguments étayés par des faits et des chiffres, votre supérieur peut vite vous opposer l'illegitimité de votre requête. Les femmes se sentent encore moins à l'aise que les hommes





Son expertise l'a conforté dans son projet

Il y a trois ans, j'ai persuadé mon directeur général de créer le poste de directeur de la relation client et de me le confier. J'ai dû lui faire comprendre que cette filiale de La Poste spécialisée dans la communication ciblée dans les boîtes aux lettres n'était pas assez tournée vers le client. Pour faire passer le message, je me suis appuyé sur mon expertise : en tant qu'ancien directeur commercial régional, je connaissais bien notre clientèle et je savais pouvoir donner du sens à ce poste.

Arnaud Dubin,
directeur commercial
de Mediapost

PHOTO : FREDERIC ALBERT POUR MANAGEMENT

lorsqu'il s'agit de présenter une telle demande. «Les femmes de pouvoir évoquent souvent leur impression de manquer de légitimité», confirme Sandrine Meyfret.

Mettez en valeur ce qui vous distingue des autres

Marc Sridykhan a longtemps cherché à mettre de côté ses origines chinoises pour mieux s'intégrer en France. Puis, le temps passant, sa connaissance fine des deux cultures a fini par constituer un atout maître. Résultat : le groupe Bricorama lui a confié il y a cinq ans le poste de directeur des achats internationaux. «Aujourd'hui, quand j'arrive dans une usine en Chine avec mes yeux bridés et ma maîtrise du mandarin, personne ne songe à douter de ma légitimité, affirme-t-il. En mettant en avant mon profil atypique, j'ai une



19%

des patrons français seulement estiment avoir gagné en confiance en eux depuis qu'ils sont chefs d'entreprise.

Source : Agence pour le création d'entreprises, 2009

vraie valeur ajoutée.» Montrer que vous êtes le seul à pouvoir apporter une expertise peut alimenter votre confiance en vous et renforcer votre légitimité aux yeux des autres. Ainsi, c'est en s'appuyant sur son expérience qu'Arnaud Dubin a fait progresser sa carrière au sein de Mediapost (lire l'encadré). Et su convaincre son DG de créer pour lui le poste de directeur de la relation client.

Autre levier reconnu de la confiance : l'ancienneté. Elle confère une assurance inégalable. «A 46 ans, j'ai 37 vendanges à mon actif, martèle Gérard Bertrand, fondateur du groupe viticole du même nom (30 millions d'euros de chiffre d'affaires et 170 salariés). J'ai eu largement le temps de tirer les leçons des erreurs du passé !» Fort de cette longue expérience, il a osé imposer à son en-

tourage une décision risquée un jour d'octobre 2010 : «Il restait 150 hectares de vignes à vendanger, et Météo France prévoyait de fortes pluies imminentes. Mes équipes me pressaient de terminer le travail. Mais j'ai décidé de ne pas ramasser en catastrophe, de laisser passer l'orage et de vendanger quand les vignes seraient de nouveau sèches.» Les ouvriers s'en sont remis à son jugement. Bien leur en a pris : «Nous n'avons jamais obtenu un meilleur vin que cette année-là ! Pour se sentir légitime, il faut se fixer des projets qui nous correspondent, faire les choses par conviction et non par opportunisme», affirme cet ancien rugbyman professionnel. Certes, mais ne plus être tenté de tricher avec soi-même demande parfois du temps, et d'avoir essayé quelques revers. ■ **Anne-Isabelle Six**

26

DOSSIER
DIRIGEANTS EN QUESTIONS



« L'homme s'élève vers Dieu par les questions qu'il lui pose. Voilà le vrai dialogue et Dieu répond. Mais, ses réponses, on ne peut les comprendre. Parce qu'elles viennent du fond de l'âme et y demeurent jusqu'à la mort. Les vraies réponses, tu ne les trouves qu'en toi. »

Elle Wiesel, prix Nobel de la paix 1986, titulaire d'une chaire à l'université de Boston, *La Nuit*, Éditions de Minuit, 1958

« Pleurons sur nous-mêmes, pour les maux que nous accumulons si nous ne nous approchons pas sincèrement de Dieu et si nous ne passons pas à côté de nous, pour nous hâter vers la vie d'en haut, laissant la terre, et suivant sincèrement l'Esprit qui nous porte vers les choses d'en haut. »

Saint Grégoire de Naziance, *Discours VII*

« Par l'exemple de sa passion, le Christ nous a enseigné la persévérance par laquelle nous devons cheminer en lui; et par l'exemple de sa résurrection, il nous a donné la preuve de ce que nous devons patiemment espérer en lui. Si, en effet, nous espérons ce que nous ne voyons pas, nous l'attendons avec persévérance. »

Saint Augustin



Lumière du monde. Le pape, l'Église et les signes des temps
Bayard-Éditions, 2010, 21 €

■ La version numérique du livre de Benoît XVI, *Lumière du monde*, publié par Bayard est disponible sur les librairies en ligne, sur l'iBookstore via la librairie Eyrolles. Prix: 14,99 €.

En librairie depuis le 27 novembre *Lumière du monde* figure à la 8^e place des meilleures ventes dans la catégorie essais (source IPSOS-Livres Hebdo). Applications iPhone et iPad gratuites déjà disponibles.

Peter Seewald: « *Le pape est-il infaillible dans le sens où on l'entend parfois dans les médias? Un souverain absolu dont la pensée et la volonté ont force de loi?* »

Benoît XVI: « *C'est faux. Le concept d'infaillibilité s'est développé au cours des siècles. Il est né pour répondre à la question de savoir s'il existe quelque part une ultime instance qui décide. Le premier concile de Vatican, suivant une longue tradition venue des origines de la chrétienté, a finalement tranché: il existe une ultime décision! Tout ne reste pas ouvert! Le pape, dans certaines circonstances et sous certaines conditions, peut prendre des décisions ayant un caractère définitivement contraignant, qui éclaire ce qu'est la foi de l'Église et ce qu'elle n'est pas. Cela ne signifie pas que le pape peut constamment produire de l'infaillibilité. Pour les affaires courantes, l'évêque de Rome agit comme n'importe quel autre évêque qui confesse sa foi, la proclame, qui est fidèle à l'Église.* »

(Extrait de la page 24)



Gagner en impact. Les clés du charisme, du leadership et de l'influence
De Sandrine Meyfret, Éditions Eyrolles, 2010

■ L'évolution des modes de production et la croissance des activités de service a changé le statut de l'acteur au travail. Ces nouvelles formes impliquent des modes de relations nouvelles, incarnés par le manager. Ainsi la question du leadership posée par Eisenhower comme « *l'art de faire faire à quelqu'un quelque chose, parce qu'il a envie de le faire* » se module en « *désirez-vous avoir de l'impact?* » Au-delà des techniques et des recettes, l'auteure livre des clés d'entrée concrètes et utilisables immédiatement pour devenir un manager-leader et le demeurer.



L'urgence éthique. Une autre vision pour le monde des affaires
D'Emmanuel Toniutti, Éditions IECG (Suisse), 2010

■ À travers plusieurs cas pratiques et une dose de réalisme, l'auteur donne à voir et à mettre en œuvre une autre vision du monde des affaires. Emmanuel Toniutti, théologien et spécialiste de gouvernance, enseigne l'éthique des affaires et la responsabilité sociale de l'entreprise dans plusieurs business schools.

En version numérique: www.numilog.com

COURRIER CADRES

51 BOULEVARD BRUNE
75014 PARIS - 01 40 52 20 00



MARS 11

Mensuel
CJD : 91845

Surface approx. (cm²) : 47
N° de page : 13

Page 1/1



GAGNER EN IMPACT

Les salariés ne sont plus des exécutants : ils doivent se montrer réactifs et savoir s'adapter. De même, l'organisation strictement pyramidale n'a plus cours, les collaborateurs travail-

lant en réseau. Dans ce contexte transformé, et au-delà même de la réalisation d'objectifs, le "manager-leader" doit quant à lui mobiliser son équipe et générer de la motivation. Comment faire ? Quels leviers employer ? Développer sa capacité à influencer, améliorer son impact,

renforcer son charisme s'apprend. **Notre avis :** Au-delà des recettes et des techniques, l'auteur livre des clés d'entrée concrètes et utilisables immédiatement. Pour devenir un "manager-leader" et le demeurer.

*Gagner en impact, par Sandrine Meyrier
(Les Éditions) (Éditions d'Organisation)
175 pages, 20 euros*

EN BREF

Vous venez de consulter

< Charisme : comment le développer, comment l'utiliser

Anne-Marie de Couvreur

Cofondatrice, en 2004, de Mediameeting, Anne-Marie de Couvreur préside ce spécialiste de la radio d'entreprise. Elle est par ailleurs présidente du Centre des jeunes dirigeants d'entreprise de Toulouse.

Sandrine Meyfret

Consultante diplômée d'HEC, Sandrine Meyfret est la cofondatrice Alomey Conseil, cabinet spécialisé en développement des compétences managériales. Elle est aussi l'auteur de "Gagner en impact", publié aux Editions d'Organisation.

A LIRE AILLEURS

Le site de Mediameeting

Le site d'Alomey Conseil

Acheter le livre "Gagner en impact"



Prise de parole en public : les astuces des comédiens

Les acteurs maîtrisent parfaitement l'art de s'exprimer devant des tiers. En réunion, convention ou séminaire, leurs techniques peuvent vous aider.

Savoir se présenter en deux minutes

Avant une réunion, à un cocktail, dans un ascenseur... Les situations ne manquent pas où l'on est amené à parler de soi de la manière la plus concise possible. Un exercice à anticiper. Conseils.

NEWSLETTER JDN

Entrer son email pour s'abonner

OK

 **CCM Benchmark**
ÉTUDE



E-MAILING
Stratégies d'optimisation, bilan des actions

SONDAGE

Achèteriez-vous de la viande génétiquement modifiée ?

- Oui
 Non

VALIDER

[Tous les sondages](#)

WHOGOTFUNDED

Toutes les dernières levées de fond

FRANCE

EUROPE

MONDE

Mpcroissance

€ 4,000,000 



S'adapter à ses interlocuteurs



Ecoutez votre public pour mieux le connaître.

Pour Sandrine Meyfret, faire preuve de charisme, c'est entre autres susciter l'intérêt. Une idée qui revêt une double signification : il s'agit à la fois d'être intéressant, ce qui est assez logique lorsque l'on souhaite emporter l'adhésion, mais aussi de s'intéresser aux autres.

"Une personne charismatique montre des capacités à comprendre son auditoire, explique la consultante. Lorsqu'elle prend la parole, elle entre en relation avec les personnes qui lui font face." Evidemment, cela passe par un ensemble de gestes et de comportements qui témoignent de votre ouverture aux autres. Mais votre discours aussi doit prendre en compte les particularités des personnes qui vous écoutent. C'est bien connu : nous nous intéressons principalement à ce qui parle de nous. Si vous voulez être suivi, prenez soin de bien cerner votre public, en l'écoutant, en se renseignant sur lui, etc. N'hésitez pas, dès que possible, à instaurer un dialogue pour pouvoir prendre en compte ses propres points de vue.



Conclusion



Vision



Adaptation



Intelligence



Motivation

JDN

l'économie demain

CHARISME : COMMENT LE DÉVELOPPER, COMMENT L'UTILISER

Capter l'attention dès les premières secondes



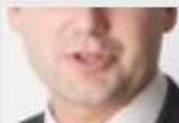
Vous ne disposez que de quelques secondes pour réussir votre introduction.

"Tout se joue dans les 30 premières secondes, estime Anne-Marie de Couvreur. A ce moment-là, on risque de voir chuter directement l'attention de l'auditoire." Lorsque vous prenez la parole, vous devez donc avoir peaufiné l'introduction de votre propos. L'idéal étant, au préalable, d'avoir obtenu le silence pour débiter avec tout l'impact nécessaire.

"Pour attirer l'attention, vous devez apporter quelque chose qui sort de l'ordinaire, mais pas à n'importe quel prix", prévient Sandrine Meyfret, consultante, cofondatrice d'Alomey Conseil. "Ce que je suis, ce que je présente... Tout ce que je montre dès la première seconde doit être en cohérence avec ce que je dis." Si commencer par une pointe d'humour permet de détendre rapidement l'atmosphère, l'effet provoqué peut être inverse à celui recherché lorsque le propos qui suit s'annonce grave ou si le public est réputé austère. Votre prise de parole permet certes de capter l'attention mais elle introduit aussi votre propos et votre relation avec l'auditoire.



Charisme



Voix



Introduction



Regard



Posture

dont extension de garantie 4 ans* offerte



THE NEW BUSINESS EXPERIENCE ** **
*Votre nouvelle expérience professionnelle



*voir conditions sur le site

JDN > Management > Efficacité personnelle



Fabien Renou
JDN

21/02/11 14:54

CHARISME : COMMENT LE DÉVELOPPER, COMMENT L'UTILISER



Faire appel à l'intelligence



Vous devez leur donner de bonnes raisons de vous suivre.

Le charisme, ce n'est pas de la manipulation. Si, grâce à lui, vous cherchez à emporter l'adhésion des personnes qui vous entourent, cette force de conviction repose sur des éléments à la fois

émotionnels et rationnels. "Être charismatique, ce n'est pas se comporter comme un gourou, confirme Sandrine Meyfret. **Vous devez donner de bonnes raisons d'agir pour que l'on vous suive : du sens, un comportement exemplaire, de la transparence... En clair, vous ne devez pas prendre les autres pour des idiots.**"

Le charisme combine en effet volonté et raisonnement. Vous devez donc faire appel à l'intelligence des autres pour emporter leur conviction. Sans cela, vous susciterez au mieux un enthousiasme passager, au pire une hostilité insurmontable. Si se laisser convaincre par une personne charismatique est stimulant, se faire bernier se révèle particulièrement désagréable.

JDN

l'économie demain

CHARISME : COMMENT LE DÉVELOPPER, COMMENT L'UTILISER



Donner envie d'agir



Votre charisme suscite l'enthousiasme.

Si tout bon orateur doit savoir argumenter, il doit aussi savoir séduire. Son entourage doit non seulement trouver des raisons de le suivre dans ses projets, mais aussi une véritable envie d'agir.

Même si cette aptitude dépasse la seule dimension rationnelle, elle nécessite des efforts trop souvent négligés dans le monde professionnel. **"Pour provoquer le désir, il faut s'adresser et se comporter face à son entourage en faisant preuve de reconnaissance, évoquer l'accomplissement personnel et susciter le plaisir dans leur travail,** estime Sandrine Meyfret. Toutes ces bonnes raisons d'agir distinguent le charisme de la manipulation." Le leader charismatique fournit des éléments de motivation à ses troupes. Loin de sa tour d'ivoire, il fait vibrer avec sincérité leur corde sensible, ce qui implique une véritable capacité d'empathie à leur égard.



Silence



Concision



Envie



Conclusion



Vision

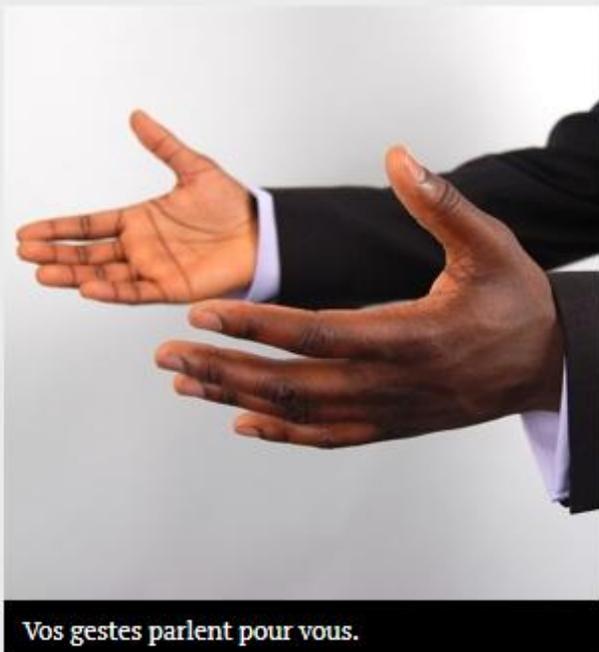
JDN

l'économie demain

CHARISME : COMMENT LE DÉVELOPPER, COMMENT L'UTILISER



Adopter une gestuelle d'ouverture



Vos gestes parlent pour vous.

Chacun le sait, il n'est pas évident d'être avenant les mains dans les poches ou les bras croisés. Les gestes ont une importance considérable sur l'image que l'on donne et, plus encore, sur le message que l'on transmet. "Le corps parle pour nous, confirme Sandrine Meyfret. Il faut rechercher une cohérence entre son corps et son intention." Le tout, sans sur-jouer.

Logiquement, il n'existe pas de gestuelle idéale valable en tout temps et en tout lieu. C'est le contenu de votre propos qui détermine les gestes qui s'y rapportent. Cependant, **de manière générale, préférez les gestes amples aux gestes étriqués, les gestes ouverts aux gestes fermés et les gestes variés aux gestes répétitifs.** Car quelle soit l'idée à transmettre, votre charisme repose sur votre envergure, votre ouverture aux autres ainsi que sur le dynamisme de votre message.



Posture



Humilité



Gestes



Silence



Concision

CHARISME : COMMENT LE DÉVELOPPER, COMMENT L'UTILISER



Ne pas partir perdant



Même dans l'ombre, efforcez-vous de travailler votre charisme.

Les personnes charismatiques ont tendance à impressionner leur entourage. Leur assurance, leur facilité à emporter l'adhésion et leur capacité à susciter l'enthousiasme les transformeraient presque en surhommes qui ne nous ressemblent en rien.

"Notre système éducatif a tendance à privilégier le savoir à la capacité d'influence, estime Sandrine Meyfret. Or, **les entreprises ont besoin d'engagement de la part des collaborateurs, ce qui passe, entre autres choses, par le charisme des leaders.**" D'où l'importance de faire des

efforts pour s'améliorer. Car le charisme n'est pas inné. Certes, nous ne partons pas tous sur la même ligne, mais chacun a la possibilité de travailler ses capacités pour devenir un leader qui oriente son entourage. C'est même, selon Anne-Marie de Couvreur une qualité indispensable pour diriger. "Devant ses collaborateurs, ses clients, ses investisseurs ou ses fournisseurs, le charisme est indispensable."



Conclusion



Vision



Adaptation



Intelligence



Motivation

CHARISME : COMMENT LE DÉVELOPPER, COMMENT L'UTILISER



Poser le regard sur le public



Regardez les autres en parlant.

Emotion, colère, sourire... Beaucoup de choses passent au travers de vos yeux. La force du regard fait partie de ces attributs que tout leader charismatique doit posséder. Pour en prendre de la graine, il vous faudra peut-être perdre de mauvaises habitudes.

"Balayer l'auditoire du regard, c'est catastrophique : personne ne se sent concerné, estime Sandrine Meyfret. Pour être charismatique, il faut prendre les autres en considération en les regardant en face." Le charisme n'existe que par le regard des autres. Si vous ne donnez par à votre entourage l'impression d'être regardé, votre prestige s'en trouve affecté. Bannissez donc les regards circulaires qui embrassent la pièce entière sans voir personne ou les regards lointains qui vont se perdre au-dessus de la tête de l'auditoire, n'hésitez pas à vous focaliser sur certaines personnes en particulier.



Voix



Introduction



Regard



Posture

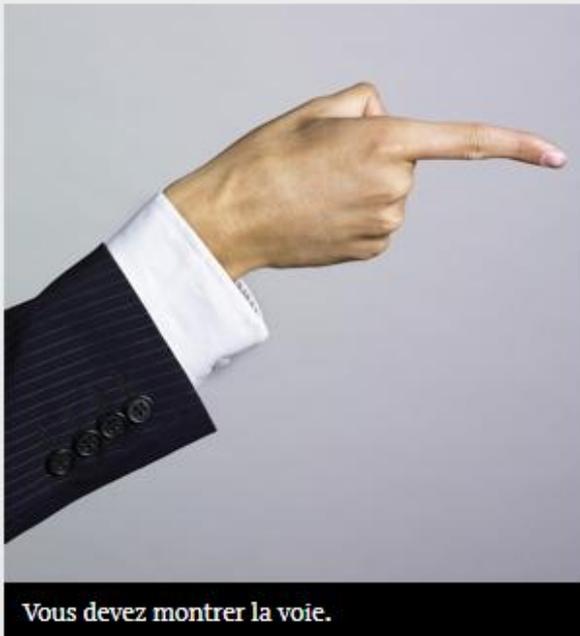


Humilité

CHARISME : COMMENT LE DÉVELOPPER, COMMENT L'UTILISER



Transmettre sa vision



Pour être charismatique, il faut y mettre les formes, c'est vrai. Dans le discours, les gestes et le comportement, le leader s'impose. Cependant, tous ces efforts ne susciteront que peu d'entrain sans une véritable vision à partager. Pour faire simple : il est plus compliqué de dégager du charisme lorsque l'on évoque les règles d'utilisation de la machine à café que lorsque l'on dessine un plan de conquête d'un nouveau marché.

"On ne peut travailler son charisme qu'à partir du moment où l'on veut partager un projet qui est bon... et dont on est convaincu qu'il est bon, explique Anne-Marie de Couvreur. On ne peut pas être charismatique sans fond, sinon on est un abuseur." Un constat partagé par Sandrine Meyfret. "L'objectif est de donner un sens, faire part de sa vision et partager une œuvre commune. C'est indispensable pour susciter l'intérêt et donner des raisons d'agir."



Envie



Conclusion



Vision



Adaptation



Intelligence

ecommercemag.fr - Janvier 2011

e-commerce mag.fr Le site des professionnels du e-business Lundi 4 mars 2013 - 12h05

S'IDENTIFIER | DEVENIR MEMBRE | NEWSLETTER | SITES | MAGAZINES

Rechercher dans les archives

Recherche avancée

[L'ACTU E-COMMERCE](#) | **REPÈRES** | [GLOSSAIRE](#) | [NOS ÉVÉNEMENTS](#) | [LIVRES BLANCS](#) | [CARRIÈRE](#) | [FICHIERS](#) | [ANNUAIRE](#) | [ABONNEMENT](#)

[Index thématique](#) | [Dossiers](#) | [Livres](#) | [Revue de blogs](#) | [Indicateurs](#) | [Fondamentaux](#)

PARTICIPEZ AU TP NATIONAL TOUR

Teleperformance

INDEX THÉMATIQUE

PROFESSIONNELS DU E-BUSINESS

- + Stratégie e-commerce
- + Mobilité
- + Marketing interactif
- + Veille et tendance
- + La vie de la profession
- + Marché - indicateurs
- + Ressources humaines
- + Solution e-commerce
- + Agences interactives
- + Indicateurs

MAGAZINES



Accueil > Repère > LIVRES

VIENT DE PARAÎTRE

Gagner en impact
Sandrine Meyfret | Eyrolles

Comment faire et quels leviers employer pour mobiliser son équipe et générer de la motivation? Le leadership se travaille et se gère. Développer sa capacité à influencer, améliorer son impact, renforcer son charisme s'apprend. Dans cet ouvrage, l'auteur propose une méthode transposée au cadre de l'entreprise et livre des clés concrètes et opérationnelles pour devenir un "manager-leader" et le demeurer.

▶ Présentation
 ▶ Commander

160 pages, 20€. Décembre 2010.

UNE CONFÉRENCE **e-commerce** Le magazine **MARDI 26 MARS 2013**

DÉCOUVREZ LE PROGRAMME COMPLET

Cliquez ici

gfm TROUVER UN FICHER

Catégorie :

Toutes
 BtoC
 BtoB

Mots-clés :

(Mots-clés séparés par des virgules ou blancs)

Un des mots clés
 Tous les mots clés

OK

Recommandez **IBM BusinessConnect 2013**

21 mars 2013 à l'IBM Client Center Paris

Débats, échanges, ateliers, retours d'expérience...

→ **Inscrivez-vous**



98/102 RUE DE PARIS
92100 BOULOGNE - 01 41 10 88 00

JAN 11
Trimestriel

Surface approx. (cm²) : 365

Page 1/1

DOSSIER : Les 130 ans d'HEC Paris

« L'ambition d'HEC Paris, c'est d'être un acteur mondial ! »



Bernard Ramarantsoa,
Directeur Général d'HEC Paris

Je dirais que nous sommes en 1^{ère} division des MBA mondiaux !

Grande école leader dans l'enseignement du management en France, nous nous situons pour l'ensemble de nos programmes dans le trio de tête européen. Pour exister au niveau mondial, il faut être reconnu parmi les trois premiers des trois grands clusters : le nord-américain, l'europpéen et l'asiatique. Nous sommes en tête dans le cluster européen, ce qui nous permet d'être reconnu par les américains et les asiatiques.

Des projets à l'international

Nous venons de mener à bien l'ouverture d'un + campus + au Qatar. Il s'agit d'un Executive Education and Research Center. Nous avons signé un accord de double-diplôme entre la Grande école et l'International Institute of Management d'Ahmedabad (IIM-A) qui est n°1 en Inde. Nous contribuons à rechercher des partenaires, notamment en Amérique du nord, sur la côte Ouest ou l'estime que nous ne sommes pas suffisamment présents.

Du nouveau dans de nombreux domaines !

Nous souhaitons augmenter la taille de notre corps professoral permanent. Il doit passer de 110 professeurs à 130 dans les 5 années à venir. Nous souhaitons attirer des chercheurs de qualité qui soient également d'excellents pédagogues. Nous offrons la gratuité aux boursiers d'Etat (15 % de nos élèves), la mixité est acquise (48 % de filles et 52 % de garçons), et nous venons de créer SolidarFrance qui propose à nos diplômés d'aller passer entre 6 mois et 1 an dans des structures de type humanitaires. Notre incubateur fonctionne depuis 2 ans avec comme nouveauté l'initiation des élèves de 1^{ère} année à l'esprit d'entrepreneuriat. On appelle cela le « bac à sable ». Nous prévoyons d'augmenter rapidement le nombre de nos chaires qui s'élève actuellement à 13. Elles sont soutenues par de grandes sociétés multinationales (Société Générale, SNCF/Ax France, EDF, Danone, AXA, PPR...).
- **Nous multiplions les partenariats avec des établissements prestigieux.**
Les accords de double-diplôme signés avec AgroParis-Tech, l'université Paris 1 en droit et l'ENS Ulm dans les sciences cognitives, viennent d'être très complétés par un accord de double-diplôme avec l'école des Mines Paris-Tech.

La Fondation HEC, une ressource multiple !

Outre les financements qu'elle nous apporte, les 50 entreprises membres de la Fondation HEC contribuent à accroître notre proximité avec le monde de l'entreprise. Avec leur concours, nous actualisons et nous définissons notre projet pédagogique avec pour objectif d'améliorer la professionnalisation de nos élèves.



« Nous continuerons d'encourager la vie associative »
Nous considérons qu'elle constitue un moment important de la vie du campus. De plus, de nombreux élèves élaborent des projets personnels dans leur vie post-colonnaire autour de ces activités associatives. Les étudiants découvrent ainsi les organisations à travers la vie associative avant d'intégrer les entreprises.

HEC ne connaît pas le chômage !

Si le placement des diplômés apparaît un peu plus tendu à cause de la crise, cette tension se manifeste uniquement sur le nombre d'offres par élève. Le niveau des rémunérations demeure équivalent. En matière de délais, pratiquement tous nos élèves continuent d'être embauchés avant l'obtention de leur diplôme.

Ma plus grande fierté...

C'est de mener à bien l'internationalisation d'HEC Paris ! Nous avons augmenté sensiblement le nombre d'étudiants étrangers puisque dans la Grande École, on en compte un tiers et 80 % dans le MBA. Aujourd'hui, on trouve 55 % de professeurs étrangers sur le campus, ce qui nous apporte de fait une importante reconnaissance internationale.

Les points forts historiques

- 1881 Naissance d'HEC
- 1964 Transfert d'HEC à Jouy en Josas
- 1967 Création d'un corps professoral permanent
- 1969 Création du MBA
- 1975 Création du doctorat HEC qui sera reconnu en par l'Etat
- 1985 Création des Masters spécialisés
- 2000 Le CPA devient l'Executive MBA d'HEC

Patrick Simon

Brève

Sandrine Meyret publie Gagner en impact aux Editions d'Organisation



Elle est diplômée d'HEC. Consultante auprès de top managers et d'entrepreneurs, après avoir été dirigeante d'un groupe de communication pendant plus de 10 ans, formatrice et sociologue, elle est aussi professeur vacataire à HEC Entrepreneurs et anime l'atelier « Gagner en impact pour l'Association HEC ». Co-fondatrice d'Alomey Conseil, cabinet spécialisé en développement des compétences managériales, et de Fray & Meyret Consultants, spécialisée dans la formation et l'accompagnement d'organisations professionnelles ou associatives, elle a accompagné et formé plus de 1 000 dirigeants et cadres à sa méthode pour accroître leur impact et améliorer leur leadership.

HEC

9 AVENUE FRANKLIN ROOSEVELT
75008 PARIS - 01 53 77 23 23

DEC/JAN 11

Bimestriel

Surface approx. (cm²) : 36

Page 1/1

Gagner en impact



**Les clés
du charisme,
du leadership et
de l'influence**

Sandrine Meyfret (E.04)

Acquérir plus de poids dans
son milieu professionnel,
tant dans sa manière d'être
que de communiquer, pour

devenir une force d'action au sein d'une équipe, cela
se travaille ! C'est le but de cet ouvrage qui présente
le modèle AIDA : attirer l'Attention, susciter l'Inté-
rêt, éveiller le Désir et provoquer l'Action.

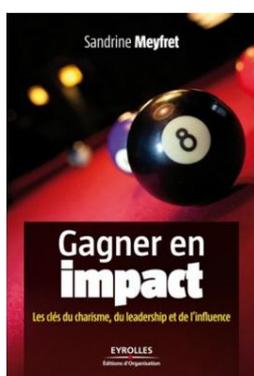
Eyrolles éditions d'Organisation

Tout pour les femmes.com - Décembre 2010

Sandrine Meyfret - Gagner en Impact

par [Nicole Salez](#), dimanche 12 décembre 2010

Destiné à tous ceux et celles qui ont des fonctions d'encadrement et qui se posent la question du leadership et du charisme, "Gagner en impact", réalisé par Sandrine Meyfret est publié aux Editions d'organisation en décembre 2010.



Comment donner envie à ses collaborateurs et les mobiliser ? Comment influencer positivement les autres ? Comment renforcer son impact et son aisance relationnelle ? Sont autant de questions examinées par cet ouvrage destiné à tous ceux qui ont des fonctions d'encadrement et qui se posent la question du leadership et du charisme. Au-delà des recettes et des techniques, l'auteure donne des clés d'entrée concrètes et utilisables immédiatement pour renforcer son impact auprès de ses collaborateurs grâce à une nouvelle approche développée autour d'un modèle revisité. Ainsi, grâce au modèle AIDA, vous pourrez : attirer l'attention, susciter l'intérêt, éveiller le désir, provoquer l'action.

De quel type de leadership a-t-on besoin en entreprise ? Comment utiliser ce modèle dans son comportement et sa communication pour gagner en impact ? Que nous apprend-il de notre mission et de nos propres envies ? Voilà quelques-unes des questions qu'aborde ce livre de façon simple et efficace.

Nous pouvons tous avoir plus d'impact, c'est un chemin et un entraînement que vous pouvez commencer dès à présent.

- ▶ Gagner en impact - Les clés du charisme, du leadership et de l'influence
- ▶ Auteur(s) : Sandrine Meyfret
- ▶ Editeur : Editions d'Organisation
- ▶ 160 pages
- ▶ Date de parution : 02/12/2011
- ▶ 20 €

FORMATION

management et de la stratégie. Le droit, porteur de valeur, créateur de valeur ; la complexification juridique, source de risque, sa maîtrise, source de sécurité et de développement stratégique... source de confiance, thème de la prochaine convention nationale des avocats à la Baule au mois d'octobre 2011. Notre confrère Jacques Barthélémy, dont il est inutile dans ces « colonnes maison » de développer l'apport de ses réflexions aux travaux sur le droit, science de l'organisation, préparera quelques questions et remarques que nous aurons le bonheur de partager. Madame Charlotte Karila Vaillant, issue de cette école de commerce et membre de Legaedhec posera également quelques questions destinées à participer à notre réflexion sur la valeur ajoutée du conseil juridique.

5. Paroles de femmes

Gagner en impact¹ : un impératif pour les femmes

Sandrine MEYFRET²

Gagner en impact n'est pas une problématique spécifiquement féminine ni d'ailleurs rattachée à un univers professionnel particulier. Cependant, dans un monde professionnel créé par les hommes, où les codes sont originellement masculins, les femmes ont plus que jamais besoin de développer des qualités liées au leadership, à l'influence, et au charisme.

Reléguées pendant des générations à des tâches subalternes, les femmes avaient, jusqu'à présent, assez peu besoin de ces qualités. Depuis qu'elles ont la volonté de vivre des carrières au même niveau que celui des hommes, les femmes ont un double effort à faire : tout d'abord prendre conscience que dans les habitudes développées par les femmes ancestralement, elles ont tendance à privilégier l'efficacité au détriment de la stratégie, et l'humilité et la modestie, au détriment du leadership. Puis, elles doivent s'évertuer à mettre tous les outils à leur disposition pour progresser rapidement dans des matières où les hommes portent leurs efforts plus « aisément » depuis des millénaires.

De façon générale, qui n'a pas besoin d'influencer, d'impacter quelqu'un pour voir aboutir une affaire ou un projet dans le sens souhaité ? Cette faculté induit assez naturellement l'engagement de personnes, qui vont « suivre » le leader, parfois jusqu'à la mort quand celui-ci est un chef d'armée. Suivant Eisenhower, « Le leadership, c'est l'art de faire faire à quelqu'un quelque chose que vous voulez voir fait, parce qu'il a envie de le faire. »

Mais comment atteindre le double objectif indiqué par Eisenhower ? « faire faire à quelqu'un quelque chose », on voit bien de quoi il parle car diriger dans une organisation implique de faire faire à d'autres et notamment à des collaborateurs. C'est déjà plus difficile quand il s'agit de pairs, d'associés, de partenaires au même niveau hiérarchique voire supérieur, ou même de juge à « influencer », d'institutions dans lesquelles on veut être reconnue.

Pareillement, le « parce qu'il a envie de le faire » soulève de multiples interrogations. Cette envie est-elle nécessaire dans une relation de travail ? De quoi parle-t-on ? Et y a-t-il une relation entre l'implication et l'envie ?

Ces questions ne sont pas simples et il est difficile d'apporter des réponses simples. Une personne choisit de s'impliquer ou pas, et elle reste maîtresse de ses envies. Cela signifie-t-il que nous n'avons aucun levier ? Pouvons-nous suffisamment l'impacter pour infléchir ses choix ?

Comment trouver en nous le chemin de l'impact ?

Chaque individu porte en lui-même la faculté d'influencer, par son comportement et sa communication, le chemin des personnes avec lesquelles il est en relation professionnelle.

Nous avons dégagé quelques pistes, une sorte de méthode, qui parle de ce que nous sommes, ce que nous voulons être, de choix, d'éthique aussi. Elle nous demande de l'introspection, de nous poser des questions que nous ne nous sommes peut-être jamais posées sur notre mission, notre place dans le système professionnel dans lequel nous évoluons, notre besoin de leadership, notre façon de manager, notre parole, et surtout sur notre... désir ?

Désirez-vous avoir de l'impact ? Si oui, sachez que vous venez juste de commencer à travailler.

Vous pourrez rencontrer Sandrine Meyfret au 3^e Forum ACE des Réseaux au féminin à la Maison du Barreau le 9 décembre 2010³, présidé par Bénédicte Bury, animé par Caura Barcz avec le témoignage d'Irène Arnaudeau, candidate ACE au Conseil de l'Ordre de Paris.

Tout cela pour permettre aux uns et aux autres de créer des liens dans un esprit de partage

¹ Directrice associée ALOMEY Conseil, auteure de « Gagner en impact », Les clés du charisme et du leadership, à paraître chez EYROLLES, éditions d'Organisation en octobre 2010.

² Toutes informations sur le site de l'ACE.

Talents de femmes - 2010

Talents de femme - Ressources documentaires <http://www.talentsdefemme.net/Ressources-documentaires.html>

Talents de femme

Pour gérer les enjeux personnels et professionnels

Accueil | Qui sommes-nous | Programme 2011-2012 | Ressources documentaires | Partenariats



Compte-rendus des conférences du cycle 2010 - 2011

- > ["Réussir son parcours professionnel et personnel. Une affaire de choix? Un jeu de contraintes?"](#)
- > [La gestion des conflits intérieurs et extérieurs](#)
- > [Une bonne résolution pour 2011 : cultivez votre réseau !](#)

Et aussi :

- > [La bibliographie de la conférence du 12 janvier 2012](#)

Travail

L'intelligence émotionnelle au travail de D.Goleman, Richard Boyatzis, Annie McKee

Le stress au travail de Patrick Légeron

Trouver le bon job grâce au réseau de H. Bommeloer

Gagner en impact, les clés du charisme, du leadership et de l'influence de Sandrine Meyfret (sociologue)
<http://www.sandrinemeyfret.com/>

Oser être la chef de Valérie Rocoplan

Société

Lettre encyclique sur le développement humain intégral dans la charité et la vérité de Benoît XVI
>> [La lire en ligne](#)

La Femme et sa destinée, recueil de six conférences données par Édith Stein sur le thème de la femme La femme, cours et conférences d'Edith Stein
Womenomics, la croissance dépend aussi des femmes de Avivah Wittenberg Cox

Le Sexe Fort, le temps des femmes est venu de Muriel Roy-Prêtet

Talents de femmes - Suite - 2010

Talents de femme - Ressources documentaires

<http://www.talentsdefemme.net/Ressources-documentaires.html>

10 minutes de vidéo pour écouter parler **Sandrine Meyfret** sur le travail des femmes aujourd'hui.

Elle est consultante, coach, formatrice, sociologue et conférencière

>> [lire les vidéos](#)

--> Un titre intéressant

"Maman je ne veux pas que tu travailles !", Concilier vie familiale et vie professionnelle sans culpabiliser d'Anne-Marie et Isabelle Fillozat

>> [Téléchargez un compte-rendu de cette lecture](#) (format pdf)

--> Un blog pour partager entre jeunes pro

Une jeune professionnelle partage ses découvertes, ses rencontres et ses réflexions sur l'entrée dans la vie professionnelle, en se questionnant sur la situation des femmes en entreprise - quels défis ? quels choix ? Un blog pour questionner et échanger, s'étonner et mettre en commun.

>> <http://jeunesprofessionnelles.com/>

--> Deux sites à explorer

>> <http://www.comparietos.com/>

>> <http://www.diafara-leadership.com/>